



ISSN: 2181-9416

YURIST AXBOROTNOMASI

ВЕСТНИК ЮРИСТА * LAWYER HERALD

HUQUQIY, IJTIMOIIY, ILMIY-AMALIY JURNAL



CYBERLENINKA

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

YURIST AXBOROTNOMASI

6-SON, 8-JILD

ВЕСТНИК ЮРИСТА

НОМЕР 6, ВЫПУСК 8

LAWYER HERALD

VOLUME 8, ISSUE 6



BABAKULOV Zafar Kurbonnazarovich
Jamoat xavfsizligi universiteti professori,
yuridik fanlar doktori (DSc)
E-mail: zafarbabakulov11@gmail.com

METAVERSDA TOVAR BELGISINING FUQAROLIK-HUQUQIY REJIMI (MAVJUD MASALA VA UNING YECHIMIGA OID TAKLIFLAR)

For citation (iqtibos keltirish uchun, для цитирования): BABAKULOV Z.K.
Metaversda tovar belgisining fuqarolik-huquqiy rejimi (mavjud masala va uning yechimiga oid takliflar) // Yurist axborotnomasi 6 (2025) B. 41–49.



6 (2025) DOI <http://dx.doi.org/10.26739/2181-9416-2025-2-15>

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada metaversda tovar belgisining fuqarolik-huquqiy rejimi, virtual muhitda yuzaga kelayotgan intellektual mulkka oid munosabatlarning huquqiy tabiati va ularni tartibga solishdagi tizimli muammolar ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilingan. Blokcheyn, NFT, sun'iy intellekt, VR/AR texnologiyalari va 3D raqamli muhit natijasida yuzaga kelayotgan virtual tovarlar, metavers-do'konlar, avatarlar, raqamli kolleksiyalar va virtual xizmatlar kabi yangi huquqiy kategoriyalarning fuqarolik-huquqiy maqomi ochib berilgan. Maqolada virtual tovar belgisi, NFT-kontrafakt, metaversdagi kiberskuatting, 3D logotip nusxalari, virtual reklamalarda tovar belgisini noqonuniy qo'llash kabi huquqbuzarliklarni baholashda mavjud huquqiy mexanizmlarning yetarli emasligi, yurisdiksiyani aniqlash muammolari va raqamli muhitda "adashtirish ehtimoli"ni baholashda maxsus mezonlar ishlab chiqish zarurligi asoslab berilgan. Shuningdek, Hermes v. MetaBirkins, Nike v. StockX, Yuga Labs v. Ryder Ripps kabi sud ishlari tahlil qilinib, NFT va virtual obyektlarga nisbatan tovar belgisi huquqini qo'llash borasidagi ilmiy-doktrinal xulosalar bayon etilgan. Muallif metaversdagi tovar belgisi muhofazasini ta'minlash uchun milliy va xalqaro darajada qonunchilikka "virtual tovar", "NFT-tovar", "virtual xizmat", "raqamli kontrafakt", "metavers brendingi" kabi qoidalar kiritish, NFTning huquqiy tabiatini aniqlash, yurisdiksiya va qo'llaniladigan huquqni belgilash bo'yicha model qoidalarni ishlab chiqish hamda raqamli huquqbuzarliklar uchun javobgarlik standartlarini belgilash zarurligini ilgari suradi.

Kalit so'zlar: metavers, virtual tovar belgisi, NFT, raqamli aktiv, raqamli kontrafakt, metavers-domen, avatar, 3D model, VR/AR, intellektual mulk, adashtirish ehtimoli, yurisdiksiya, blokcheyn, NFT-xuquqbuzarlik, metavers brendingi, virtual mulk.

БАБАКУЛОВ Зафар Курбонназарович
Профессор Университета общественной безопасности,
доктор юридических наук (DSc)
E-mail: zafarbabakulov11@gmail.com

ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ТОВАРНОГО ЗНАКА В МЕТАВСЕЛЕННОЙ (СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ИХ РЕШЕНИЮ)

АННОТАЦИЯ

В данной статье проводится научно-теоретический анализ гражданско-правового режима товарного знака в условиях метавселенной, а также правовой природы интеллектуальных отношений, возникающих в виртуальной среде. Раскрывается гражданско-правовой статус

новых категорий объектов, появляющихся в результате развития блокчейна, NFT, искусственного интеллекта, технологий VR/AR и 3D-цифровой среды, таких как виртуальные товары, магазины метавселенной, аватары, цифровые коллекции и виртуальные услуги. В статье обоснована недостаточная эффективность существующих правовых механизмов при квалификации таких правонарушений, как виртуальный товарный знак, NFT-контрафакт, киберсквоттинг в метавселенной, 3D-копирование логотипов, незаконное использование товарного знака в виртуальной рекламе; показаны проблемы определения юрисдикции и необходимость разработки специальных критериев оценки «вероятности смешения» в цифровой среде. Также анализируются международные судебные прецеденты *Hermes v. MetaBirkins*, *Nike v. StockX*, *Yuga Labs v. Ryder Ripps*, раскрывающие доктринальные подходы к применению прав на товарный знак в отношении NFT и виртуальных объектов. Автор выдвигает предложение о необходимости разработки на национальном и международном уровнях правовых норм, определяющих категории «виртуальный товар», «NFT-товар», «виртуальная услуга», «цифровой контрафакт», «брендинг метавселенной»; а также о разработке правил определения правовой природы NFT, норм о выборе юрисдикции и применимого права, и установлении стандартов ответственности за цифровые правонарушения.

Ключевые слова: метавселенная, виртуальный товарный знак, NFT, цифровой актив, цифровой контрафакт, домен метавселенной, аватар, 3D-модель, VR/AR, интеллектуальная собственность, вероятность смешения, юрисдикция, блокчейн, NFT-правонарушение, брендинг метавселенной, виртуальная собственность.

ZAFAR Babakulov Kurbonnazarovich
Professor at the University of Public Security,
Doctor of Law (DSc)
E-mail: zafarbabakulov11@gmail.com

CIVIL-LAW REGIME OF TRADEMARKS IN THE METAVERSE (EXISTING ISSUES AND PROPOSALS FOR THEIR SOLUTION)

ANNOTATION

This article provides a scientific and theoretical analysis of the civil-law regime of trademarks in the metaverse, as well as the legal nature of intellectual property relations arising in the virtual environment. It explores the civil-law status of new categories of digital objects emerging as a result of the development of blockchain, NFTs, artificial intelligence, VR/AR technologies, and 3D digital environments, including virtual goods, metaverse stores, avatars, digital collections, and virtual services. The article substantiates the insufficiency of existing legal mechanisms for assessing such violations as virtual trademark misuse, NFT counterfeiting, metaverse cybersquatting, unauthorized 3D logo replication, and illegal use of trademarks in virtual advertising; and identifies the challenges associated with determining jurisdiction and the need to develop special criteria for evaluating the “likelihood of confusion” in the digital environment. The article also analyzes international judicial precedents *Hermes v. MetaBirkins*, *Nike v. StockX*, *Yuga Labs v. Ryder Ripps* which shed light on doctrinal approaches to applying trademark law to NFTs and virtual objects. The author proposes developing legal norms at both national and international levels defining categories such as “virtual goods”, “NFT goods”, “virtual services”, “digital counterfeiting”, and “metaverse branding”. The article further emphasizes the need to determine the legal nature of NFTs, establish rules for choosing jurisdiction and applicable law, and develop standards of liability for digital infringements.

Keywords: metaverse, virtual trademark, NFT, digital asset, digital counterfeiting, metaverse domain, avatar, 3D model, VR/AR, intellectual property, likelihood of confusion, jurisdiction, blockchain, NFT infringement, metaverse branding, virtual property.

So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalar, xususan blokcheyn, sun‘iy intellekt, virtual va qo‘shimcha reallik (VR/AR), bulutli hisoblash va metarabototizimlar kabi ishlanmalarning tez sur‘atlarda

rivojlanishi natijasida global internet ekotizimida mutlaqo yangi huquqiy va iqtisodiy muhit – Metavers (metaverse) shakllanmoqda.

Metavers – bu virtual fazoda vujudga kelayotgan, kriptoalyuta, moliya, mehnat faoliyati, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli xizmatlar va sun'iy intellekt ekotizimlarini o'zida birlashtiruvchi onlayn-olam bo'lib, unda foydalanuvchilar o'z avatarlari orqali o'zaro muloqot, iqtisodiy munosabatlar, o'zaro tajriba almashish va interaktiv faoliyatni amalga oshiradilar.

Bunday muhit an'anaviy virtual platformalardan farq qilib, foydalanuvchiga "real hayotdagidek", ya'ni virtual muhitga to'liq kirib borish va uni real fazodek his qilish imkonini beradi. Shu bois metavers nafaqat ko'ngilochar sohani, balki savdo, ishlab chiqarish, ta'lim, moliya, intellektual mulk va fuqarolik huquqi kabi sohalarni ham tubdan o'zgartiruvchi yangi bosqich sifatida namoyon bo'lmoqda.

Metavers an'anaviy virtual fazodan farq qiladigan o'ziga xos raqamli olam bo'lib, unda foydalanuvchilar oddiy tomoshabin emas, balki avatarlari orqali mustaqil harakatlanadigan, virtual mulkka egalik qiladigan, xizmatlardan foydalanadigan va iqtisodiy faoliyat yuritadigan faol subyektlar sifatida namoyon bo'ladi.

Metaversda avatar faqat grafik tasvir emas, balki foydalanuvchining raqamli aynanligi, uning mulki, sotib olgan raqamli tovarlari, xizmatlari va hatto brendi bilan bog'liq huquqlarini ifodalovchi huquqiy va iqtisodiy kategoriyaga aylanadi.

Shuningdek, metaversda foydalanuvchilar virtual do'konlar ochishi, biznes loyihalarini amalga oshirishi, raqamli tovarlar va NFTlar sotib olishi yoki sotishi, brendini rivojlantirishi va 3D muhitda raqobatbardosh iqtisodiy munosabatlar yuritishi mumkin. Bu esa metaversda yuzaga kelayotgan munosabatlarni an'anaviy fuqarolik huquqi bilan bir vaqtda intellektual mulk, raqamli mulk oid yangi huquqiy yondashuvlar bilan tartibga solishni taqozo etadi.

Hozirgacha metavers tushunchasiga oid tan olingan yagona ta'rif mavjud emas. Ayrim tadqiqotchilar uni Internetning yangi avlodi, ya'ni virtual ijtimoiy makonning evolyutsion bosqichi sifatida talqin qiladilar va metaversning virtual muhit sifatidagi belgilarini asosiy omil deb biladilar. Boshqa mualliflar esa bu konsepsiyaning texnologik tabiatiga e'tibor qaratgan holda, sun'iy intellekt (AI), virtual va qo'shimcha reallik (VR/AR), blokcheyn, 3D muhiti va bulutli hisoblash kabi innovatsion texnologiyalar metaversning negizi ekanini ta'kidlaydilar [1, B. 155-169].

Shubilanbirga, qator olimlar metaversni keng qamrovli, umumiy tabiati nuqtayi nazaridan izohlab, uni real va virtual olamning kesishuv nuqtasi, raqamli va moddiy muhitning bir-biriga uyg'un, o'zaro ta'sirchan ekotizimi sifatida ko'radilar. Masalan, K. Bxugaonkar va boshqalarning ta'kidlashicha, "metavers raqamli va moddiy dunyoning integratsiyasi, raqamli va real iqtisodiyotning, ijtimoiy hayotning, aynanligi, moddiy va raqamli aktivlarning yagona platformada uyg'unlashuvidan iborat kompleks tizimdir [2, B. 71-76].

Boshqa mualliflar esa yanada mufassal va texnologiyaviy asoslangan ta'riflarni ilgari surib, metaversni juda katta darajada to'qnashuvchan virtual ekotizim sifatida ko'radilar. Masalan, I.V. Ponkinning ta'rifiga ko'ra, "kiber-meta-olam" – bu o'zaro moslashuvchan dinamik modellar va sintetik jarayonlar asosida shakllantiriladigan, uzluksiz ishlaydigan, ko'p foydalanuvchili gibril raqamli meta-makon bo'lib, unda turli 3D virtual ekotizimlar, kognitiv va vizual muhitlar birlashadi. Ushbu muhitda foydalanuvchi o'z avatari orqali "real hayotdagidek" ishtirok etadi, ya'ni u o'ziga xos reallik hissiyoti bilan meta-makonga kirib borishi ta'minlanadi [3, B. 119].

Aynan mana shunday dinamik muhit sharoitida tovar belgisiga oid huquqlar yangi raqamli va virtual qiymat bilan boyib boshlaydi. Brend endilikda faqat real moddiy tovar bozorida, balki metaversdagi virtual kiyimlar, NFT-krossovkalar, raqamli kolleksiyalar, metavers do'konlari, virtual reklama stendlari va avatlarlar uchun mo'ljallangan 3D modellar orqali ham iste'molchi ongiga ta'sir

ko'rsatadi. Misol tariqasida Nike, Adidas, Gucci, Louis Vuitton, Meta (Facebook), Samsung kabi yirik global kompaniyalarning metaversda faol ishtirok etishi brendning virtual muhitdagi iqtisodiy va huquqiy ahamiyati keskin oshib borayotganini, tovar belgisining fuqarolik-huquqiy rejimini virtual makon talablari asosida qayta ko'rib chiqish zarurligini yaqqol ko'rsatmoqda.

Biroq, fuqarolik huquqidagi an'anaviy tushunchalar, ya'ni "tovar", "mulk huquqi", "xizmat", "kontrafakt" kabilar metaversdagi virtual muomala uchun to'liq mos emas. Masalan, NFT-krossovka yoki avatar uchun virtual kiyim ular mulkmi? Xizmatmi? Ularning huquqiy tabiati qanday? Ularga nisbatan tovar belgisining qo'llanilishi qanday tartibga solinadi? Bu savollar hali yurisprudensiyada javobini topgan emas.

Shu bilan birga, metaversda tovar belgisiga oid huquqbuzarliklar keskin ko'paymoqda, xususan bularga virtual do'konlarda logotiplarni noqonuniy ishlatish; virtual "cybersquatting"; brendga o'xshash 3D modellarni tayyorlash; metavers ichida kontrafakt raqamli tovarlar sotilishi. Bu holatlar nafaqat intellektual mulk sohasida, balki fuqarolik huquqining mulkiy munosabatlar, zararni qoplash, majburiyatlar va yurisdiksiya masalalarida ham yangi muammolarni keltirib chiqarmoqda.

Shu nuqtayi nazardan, metaversda tovar belgisining fuqarolik-huquqiy rejimiga oid qoidalarning hali to'liq shakllanmagani, virtual aktivlar va NFTlar huquqiy maqomining noaniqligi, virtual muhitdagi mulkiy munosabatlarni tartibga soluvchi yaxlit mexanizmning mavjud emasligi ushbu yo'nalishni ilmiy jihatdan chuqur o'rganish zarurligini yanada oshiradi.

Mavjud muammo shundaki, hozirgi sivilistik doktrina ham, intellektual mulk to'g'risidagi qonunchilik ham metaversda yuzaga kelayotgan yangi turdagi huquqbuzarliklar, ya'ni NFT-kontrafakt, virtual tovarlar orqali brendni noqonuniy qo'llash, metavers-domenlar orqali kibersquatting, 3D logotip nusxalari va VR/AR muhitda noqonuniy brending kabi holatlar uchun yetarli huquqiy asos va huquqni muhofaza qilish vositalarini taqdim etmaydi.

Bu kamchilik nafaqat milliy huquq tizimida, balki xalqaro huquqda ham yaqqol ko'zga tashlanmoqda. Masalan, AQSHdagi mashhur "Hermes v. MetaBirkins" ishi [4] (2023) NFT-obyektlar tovar belgisiga nisbatan huquqbuzarlik sodir etishi mumkinligini rasman tasdiqlagan bo'lsa-da, sud bu kabi holatlar uchun aniq huquqiy standart yoki mezonlarni belgilab bermagan.

"Nike v. StockX" (2025) ishi [5] virtual krossovkalarning NFT tarzida sotilishi tovar belgisi huquqini buzadimi yoki yo'q? degan savolga yakdil huquqiy yondashuv yo'qligini ko'rsatdi [6].

Shuningdek, Yevropa Ittifoqida ham metavers va NFTga oid huquqiy tartibga solish umumiy standartga ega emas [7]. EUIPO NFTlarni "tovarlar" sifatida tan olish-olmaslik borasida ham hali yagona pozitsiyani shakllantirmagan. Xitoy [8] va Janubiy Koreya [9] davlatlarida metavers bo'yicha alohida milliy strategiya ishlab chiqilgan bo'lsa-da, NFT yoki virtual mulk bo'yicha aniq yuridik ta'riflar yo'qligi huquqiy bo'shliqni saqlab qolmoqda.

Shu bois, hozirgi kunda nafaqat O'zbekistonda, balki xalqaro huquqiy makonda ham fuqarolik huquqi, intellektual mulk va raqamli iqtisodiyot sohasidagi amaldagi normativ-huquqiy baza metasanoat, NFT tokenlashtirilgan aktivlar muomalasi, metavers platformalari, sun'iy intellekt orqali yaratiladigan raqamli obyektlar kabi yangi texnologik muhitning talab va dinamikasiga to'la javob bermaydi. Mazkur o'zaro nomuvofiqlik esa global darajada quyidagi bir qator tizimli muammolarni yuzaga keltirayotgani kuzatilmoqda:

birinchidan, raqamli obyektlarning huquqiy tabiati, ularning tovar belgisi, asar, raqamli mulk, raqamli aktiv yoki alohida huquqiy kategoriya sifatida tan olinish masalalari yuzasidan jiddiy huquqiy vakum mavjud. Metaversdagi virtual obyektlar, 3D modellar, avatar belgilar, metavers brending elementlari va NFT tokenlarining mulk huquqi, intellektual mulk huquqi va shartnoma huquqi nuqtayi nazaridan aniq huquqiy rejimi hanuz belgilab berilmagan.

ikkinchidan, huquqni suiiste'mol qilish, raqobatga zid xatti-harakatlar, domen nomlari, metavers identifikatorlari va NFTlar orqali raqobatchilarga to'siq qo'yish yoki raqamli brendingni noqonuniy

egallash kabi holatlarni bartaraf etishga oid doktrinal va institutsional mexanizmlar yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Misol uchun, metaversda virtual do'kon nomini "zaxiralash" yoki NFT orqali brendini monopollashtirish holatlariga nisbatan huquqni suiiste'mol qilish me'yorlari amalda samarali tatbiq qilinmayapti.

uchinchidan, metavers va transchegaraviy raqamli platformalarda yuzaga kelayotgan munosabatlar uchun yurisdiksiyani belgilash, qo'llaniladigan huquqni tanlash, sud ijrosini amalga oshirishning universal, bir xil qo'llaniladigan huquqiy mezonlari mavjud emas. Bu esa metaversda sodir bo'lgan huquqbuzarliklar, virtual tovar belgisi inkorporatsiyasi, NFTni noqonuniy sotish kabi holatlar bo'yicha milliy sudlar tomonidan to'g'ri huquqni qo'llashni qiyinlashtirmoqda.

Natijada, zamonaviy raqamli bozorlar va metavers ekotizimlarida huquqiy aniqlikning yo'qligi nafaqat milliy qonunchilik ta'sirini kamaytiradi, balki xalqaro xususiy huquq, intellektual mulk huquqi va raqamli huquqiy munosabatlarning barqaror rivojlanishiga ham jiddiy to'siq bo'lib qolmoqda.

Shunisi e'tiborga loyiqki, na O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksida, na O'zbekiston Respublikasining 2001-yil 30-avgustdagi "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonunda va boshqa normativ-huquqiy hujjatlarda virtual tovar belgilarining huquqiy maqomi, ularning raqamli muhitdagi funksiyalari, metaversdagi virtual tovarlar va virtual xizmatlarga nisbatan tatbiq etish tartibi, NFT orqali belgilangan huquqlarning amal qilish hududi va samarasiga oid aniq qoidalar ishlab chiqilmagan. Bundan tashqari, amaldagi milliy qonunchilik:

virtual obyektlarning mualliflik huquqi va tovar belgisi huquqi bilan bir vaqtda qo'llanilishi mumkin bo'lgan gibrid tabiatini;

metaversdagi "virtual muomala qobiliyati"ni;

NFTni garov, meros, franchayzing, litsenziya predmeti sifatida tan olish masalalarini;

metaversdagi virtual reklamalarda tovar belgilarini qo'llashning huquqiy qoidalarini qamrab olmagan. Natijada, metaversda tovar belgisini muhofaza qilish bo'yicha aniq huquqiy yondashuv, huquqiy rejim va javobgarlik standartlarini ishlab chiqish ham milliy, ham xalqaro sivilistika uchun strategik vazifaga aylanmoqda.

Nazarimizda, yuqoridagilardan kelib chiqib, bunday standartlar quyidagi yo'nalishlarda shakllantirilishi lozim deb hisoblaymiz:

birinchidan, metaversda tovar belgisi qo'llanilishiga oid munosabatlarni tartibga solish uchun "virtual tovar", "NFT-tovar", "virtual xizmat", "metavers brending", "raqamli kontrafakt" kabi asosiy tushunchalarning yagona va aniq huquqiy ta'riflarini qonunchilikda belgilash zarur. Bu ta'riflar metaversga oid huquqbuzarliklarni to'g'ri kvalifikatsiya qilishga, yurisdiksiyani belgilashga, virtual obyektlarga nisbatan mulk huquqini e'tirof etishga va tovar belgisining metaversdagi qo'llanilish doirasini aniq belgilashga asosiy mezon vazifasini bajaradi. Masalan, agar kimdir metavers platformasida Nike logotipi tushirilgan NFT-krossovkalarni noqonuniy sotsa, ushbu raqamli obyekt "virtual tovar"mi yoki "raqamli aktiv"mi ekanligi aniqlanmasa, bunday huquqbuzarlikning tovar belgisiga tajovuz sifatida baholanishi, yetkazilgan zarar miqdorini hisoblash, huquqbuzarlikka nisbatan qaysi yurisdiksiya qo'llanilishi kabi masalalar amalda murakkablashib qoladi.

Shunga ko'ra, NFT va metaversdagi virtual obyektlarga nisbatan tovar belgisi huquqini tatbiq etish uchun, aslida, kamida uch darajadagi mezonlar tizimi ishlab chiqilishi zarur: 1) obyektning huquqiy tabiati; 2) iste'molchi vosita sifatida tovar belgisining funksiyasi; 3) raqamli muhitdagi "foydalanish" tushunchasi chegaralari.

Birinchidan, ilmiy nuqtayi nazardan NFTni "tovar" yoki "aktiv" sifatida baholashda O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksining 1102-moddasidagi kabi klassik tovar belgisi doktrinasidagi

funksional yondashuv o'ta muhim: tovar belgisi himoyasini belgilaydigan asosiy mezon – belgi iste'molchini manbaga bog'lay oladimi-yo'qmi, degan savoldir. Agar NFT – iste'molchining ongida muayyan brendga ega virtual krossovka, sumka yoki raqamli kolleksiya sifatida qabul qilinib, "Nike", "Hermès" yoki boshqa manbadan kelayotgan tovar sifatida idrok etilsa, bunday NFTlar funksional jihatdan klassik tovarga tenglashadi. Shunday ekan, bu borada xalqaro mezonni ishlab chiqishda NFTning "yuridik shakli"dan ko'ra, uning iste'molchi ongidagi iqtisodiy va brending funksiyasi ustuvor mezon sifatida olinishi kerak.

Ikkinchidan, "Hermes v. MetaBirkins" va "Nike v. StockX" nizoli ishlarida sudlar amalda aynan shu yo'ldan bordi, ya'ni ular NFTni formal tarzda "sumka" yoki "krossovka" sifatida emas, balki belgi qiymatiga ega virtual obyekt sifatida baholab, tovar belgisi huquqi virtual muhitda ham qo'llanilishi mumkinligini tan oldi. Biroq, bu ishlarda sudlar qayerda aniq chegara belgilash kerakligi – NFTni tovar sifatida baholash, yoki uni san'at obyekti deb qarash masalasi bo'yicha aniq, universal mezonlarni bayon etmadi. Shu sababli doktrinal nuqtayi nazardan quyidagi savollar ochiq qoladi, ya'ni NFT tasviridagi tovar belgisi iste'molchini real brend bilan adashtirish darajasiga yetgan yetmaganini qanday baholash kerak? NFT "rasmii brend bilan bog'liqmi?" degan savolda iste'molchining asossiz ishonchini kim va qanday standart bo'yicha baholaydi? NFT faqat real tovarga bog'langan "raqamli chek"mi yoki mustaqil bozor qiymatiga ega raqamli tovarmi?

Uchinchidan, ilmiy doktrina nuqtayi nazaridan texnologik neytrallik prinsipi ham muhim. TRIPS va Parij konvensiyasida tovar belgisi himoyasining asosiy mezonni sifatida "tovar yoki xizmatlarni ajratib ko'rsatish funksiyasi" olingan, ular tovar "moddiy" yoki "raqamli" bo'lishini cheklamaydi. Demak, xalqaro mezonlarni ishlab chiqishda quyidagilar maqbul yechim bo'lishi mumkin:

NFT va virtual obyektlar "tovar yoki xizmat" sifatida emas, balki indikator funksiyasi nuqtayi nazaridan baholanadi;

adashtirish ehtimoli klassik tovar belgisi kabi belgining o'xshashligi, virtual "tovar"lar o'xshashligi, savdo tarmoqlari (metavers platformalari, marketplace'lar), iste'molchilar guruhi kabi mezonlar asosida, lekin metaversni inobatga olgan holda baholanadi;

NFTning huquqiy tabiati "tovar" yoki "sertifikat" ekanligiga qarab emas, balki u orqali amalga oshirilayotgan foydalanishning iqtisodiy va brending oqibatlariga qarab kvalifikatsiya qilinadi. Shu ma'noda, "Nike v. StockX" ishi ko'rsatib turganidek, agar NFT faqat real krossovkaga bog'langan chek sifatida emas, balki bozorda alohida qiymatga ega, investitsiya obyekti sifatida muomalaga kirsam, u holda tovar belgisi huquqini qo'llashda uni klassik "tovar"ga yaqinlashtirish ilmiy jihatdan asosliroq bo'ladi. Agar NFT haqiqatan ham faqat huquqni tasdiqlovchi "raqamli sertifikat" vazifasini bajarayotgan bo'lsa, bunda tovar belgisiga ta'sir ko'rsatayotgan real obyekt virtual tovarning o'zi bo'lib, nizoning markazi NFT emas, balki ana shu real tovarga ko'chishi kerak bo'ladi.

Shunday qilib, ilmiy nuqtayi nazardan xulosa shundan iboratki, NFT va metavers obyektlariga nisbatan tovar belgisi huquqining tatbiq etilishi "yangi huquq turi"ni yaratishni emas, balki mavjud tovar belgisi doktrinasini funksional va texnologik neytral tamoyillar asosida zamonaviy raqamli muhitga moslashtirishni taqozo etadi. Bu esa o'z navbatida, xalqaro miqyosda NFTning huquqiy tabiati, virtual tovarlar uchun "o'rtacha iste'molchi" konsepsiyasi, raqamli kontrafakt va adashtirish ehtimolini baholashning maxsus mezonlarini ishlab chiqish orqali amalga oshirilishi mumkin.

Ikkinchidan, NFT va metaversdagi virtual obyektlarga nisbatan tovar belgisi huquqining tatbiq etilishi bo'yicha aniq xalqaro mezonlarni ishlab chiqish zarur. Chunki, qonunchilikda NFTning huquqiy tabiati, uning "tovar" yoki "aktiv" sifatidagi maqomi, shuningdek virtual obyektlar tovar belgisiga o'xshash darajada adashtirish ehtimoli tug'diradimi-yo'qmi, kabi masalalar bo'yicha yagona standartlar mavjud emas. Bunday mezonlar ishlab chiqilishi tovar belgisiga oid turli huquqbuzarliklarni baholash, zarar miqdorini hisoblash, kontrafakt raqamli obyektlarni cheklash

va yurisdiksiyani belgilashda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi. Ushbu masala "Hermes v. MetaBirkins" ishida sud NFT ko'rinishidagi raqamli sumkalar real brend Birkins bilan chalkashlik keltirib chiqarishi mumkinligini qayd etib, tovar belgisi huquqi virtual obyektlarga ham tatbiq etilishi mumkinligiga ishora qildi. Biroq sud NFTni tovar sifatida baholash yoki adashtirish ehtimolini aniq qanday mezonlar bilan aniqlash kerakligini belgilab bermadi. Shuningdek, "Nike v. StockX" ishi ham NFT-krossovka virtual tovar hisoblanadimi, u real brend bilan adashtirishi mumkinmi? Degan masalada xalqaro mezonlar yo'qligini yana bir bor ko'rsatdi.

Uchinchi dan, NFT obyekti "tovar" maqomini olgan holda tovar belgisiga nisbatan huquqbuzarlikka olib keladimi-yo'qmi, bu borada aniq va universal me'yorlarni ishlab chiqish zarur. Chunki hozirgi kunda NFT raqamli mulkmi, san'at asarimi, texnik hujjatmi yoki tovarmi, degan masala bo'yicha xalqaro huquqda yagona yondashuv mavjud emas. Mana shu huquqiy mavhumlik tovar belgisiga oid huquqbuzarlikni to'g'ri kvalifikatsiya qilishda jiddiy muammolarni keltirib chiqarmoqda. Bunga AQSHdagi "Yuga Labs v. Ryder Ripps" ishi [10] yaqqol misol bo'la oladi. Mazkur ishda sud "Bored Ape Yacht Club" NFTlarining noqonuniy nusxalari iste'molchilarni adashtirish ehtimolini yuzaga keltirganini qayd etib, "ularni "tovarga o'xshash raqamli obyekt" sifatida baholadi va NFT virtual muomalada sotilganda, real brend bilan o'xshashlik tovar belgisi huquqini buzishga olib kelishi mumkin", degan xulosaga keldi. Bu holat NFTning huquqiy tabiati aniq belgilanmasa, tovar belgisiga oid huquqbuzarlikni to'g'ri kvalifikatsiya qilish, zarar miqdorini belgilash va yurisdiksiyani aniqlash amalda murakkablashib qolishini ko'rsatadi.

To'rtinchi dan, metaversda tovar belgisiga nisbatan "adashtirish ehtimoli"ni aniqlash uchun maxsus standartlarni ishlab chiqish talab etiladi. Chunki, virtual muhitda iste'molchining qabul qilinishi real dunyoning tubdan farq qiladi. Bu borada 2021-yil may oyida "Roblox" platformasida o'tkazilgan "Gucci Garden" tajribasi bilan bog'liq holat e'tiborga loyiq. Tadbirda rasmiy Gucci virtual sumkasi (Dionysus Bag) sotuvga chiqarilgan [11], ammo qisqa vaqt o'tgach, foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan o'xshash dizaynli sumkalar ham platformada paydo bo'lib, ularning ba'zilar rasmiy mahsulotdan farq qilmaydigan darajada yasalgan. Ushbu qalbaki sumkalar rasmiy Gucci galereyasi bilan bir xil muhitda joylashgani, avatarlar ularni xuddi rasmiy aksessuar sifatida kiyib yuravergani, hamda platforma interfeysida rasmiy va norasmiy tovarlar o'rtasida aniq chegara bo'lmagani sabab, ko'plab iste'molchilar bu mahsulotlarni rasmiy Gucci virtual tovarlari deb qabul qilgan. Natijada, metaversda adashtirish ehtimoli nafaqat vizual o'xshashlik, balki virtual joylashuv, avatarning foydalanish shakli, interfeys dizayni va brend bilan "rasmiy aloqadorlik tasavvuri" orqali ham shakllanishi mumkinligi isbotlandi. Shuning uchun bizningcha, metaversda "adashtirish ehtimoli"ni baholash standarti vizual o'xshashlikdan tashqari, 3D muhitdagi ko'rsatish, platformadagi brend konteksti, avatarga tegishli brend atributlari va foydalanuvchida aniq tasavvurini uyg'otuvchi elementlarni ham qamrab olish lozim.

Beshinchi dan, metaversda yurisdiksiya va qo'llaniladigan huquqni belgilash bo'yicha model qoidalarni ishlab chiqish zarur. Chunki, raqamli muhitda huquqbuzarlik qayerda sodir bo'lgani, iste'molchi qayerda joylashgani va NFT qaysi yurisdiksiyada "mulk" sifatida e'tirof etilishi bo'yicha amalda yagona huquqiy yondashuv mavjud emas. Bunga "Dakis v. Roblox Corporation" ishi [12] misol bo'la oladi. Ushbu ishda norasmiy foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan virtual tovarlar, xususan brend virtual kiyimlar va aksessuarlar Roblox platformasida sotilgani sabab, iste'molchilar AQSHning turli shtatlaridan bo'lishiga qaramay, da'vo aynan Roblox serverlari joylashgan yurisdiksiyada ko'rib chiqiladi. Sud virtual muhitda sodir bo'lgan huquqbuzarlik "foydalanuvchi yuklab joylashtirgan fayl serverda paydo bo'lgan paytdan" amalga oshgan deb hisobladi. NFT yoki virtual obyekt esa platformaning asosiy foydalanish shartlari qaysi yurisdiksiyani ko'rsatsa, o'sha yurisdiksiyada "raqamli mulk" sifatida e'tirof etiladi. Shu holat metaversda yurisdiksiyani

belgilashda odatiy “hududiylik” prinsipi emas, balki 1. Server joylashgan hudud; 2. Platformaning xizmat ko’rsatish shartlarida ko’rsatilgan qonun; 3. Iste’molchining aniq geolokatsiyasi; 4. NFT blokcheyn tarmog’ining huquqiy tan olinishi kabi qo’shimcha bosqichlarni ham inobatga olish zarurligini ko’rsatdi. Shundan kelib chiqib, metavers uchun yurisdiksiyani belgilash standarti virtual huquqbuzarlik sodir bo’lgan joyni aniqlashda server joylashishi, foydalanuvchining IP-manzili, NFTning blokcheyn asosida qayd etilgan tarmog’i va platforma qoidalarida belgilangan qonunni birgalikda hisobga olgan holda belgilash taklif qilinadi.

Oltinchidan, metaversda brendni muhofaza qilish bo’yicha texnik va huquqiy yo’riqnomalarni ishlab chiqish zarur. Chunki, sud amaliyoti virtual muhitda kontrafakt va norasmiy brendingni aniqlashda faqat huquqiy mezonlar yetarli emasligini, balki texnik monitoring va avtomatik nazorat mexanizmlari ham hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini ko’rsatmoqda. Masalan, “Hermès v. MetaBirkins” ishida sud Hermès brendining NFT formatdagi noqonuniy nusxalarini aniqlashda Hermès tomonidan taqdim etilgan blokcheyn orqali NFTning paydo bo’lish vaqti, mualliflik faktlar va raqamli manbalari kabi texnik dalillarni inobatga olgan. Bu holat NFT va 3D virtual obyektlarning blokcheyn asosida belgilangan identifikatsiyasi sud uchun ishonchli dalil bo’lishi mumkinligini ko’rsatdi.

Shuningdek, “Yuga Labs v. Ryder Ripps” ishida sud raqamli kontrafakti aniqlashda 3D modellar o’xshashligini algoritmik solishtirish, NFT fayllarining metama’lumotini tekshirish va ularning aniq manbasini kuzatish orqali haqiqiy BAYC NFTlari bilan nusxalarini farqlash mumkinligini qayd etdi. Sud noqonuniy NFTlarni aniqlashda algoritmardan foydalanilganini ma’qulladi va buni raqamli huquqbuzarlikni isbotlashda muhim texnik mezon sifatida tan oldi.

Shu bilan birga, “Nike v. StockX” ishida esa Nike platformadan avtomatik logotip monitoringi, tovar belgisiga o’xshash vizual elementlarni aniqlaydigan algoritmlar va NFT tasvirlarini o’rganish orqali solishtirish natijalarini sudga dalil sifatida taqdim etdi. Sud NFTning huquqiy tabiati borasida yakuniy qaror chiqarmagan bo’lsa-da, Nike tomonidan taqdim etilgan texnik monitoring mexanizmlari metaversda brendingni nazorat qilish huquqni himoya qilishning ajralmas qismi ekanini tan oldi.

Yettinchidan, raqamli kontrafakt uchun javobgarlik standartlarini ishlab chiqish dolzarb ahamiyat kasb etadi, chunki sud amaliyoti NFT-kontrafaktning huquqiy kvalifikatsiyasi, zararni hisoblash metodikasi va virtual muhitda to’xtatish choralarini belgilashda aniq mezonlar yetishmayotganini ko’rsatmoqda. Masalan, “Hermès v. MetaBirkins” ishida sud MetaBirkins NFTlarini “Hermès”ning “Birkin” tovar belgisiga o’xshash raqamli kontrafakt deb topib, ularni huquqiy jihatdan brendni tijorat maqsadida suiiste’mol qilish sifatida kvalifikatsiya qildi. Sud zararni hisoblashda NFT sotuvidan tushgan foyda, iste’molchilar adashtirilishi orqali yuzaga kelgan obro’siga yetgan zarar va brend qiymatiga yetgan moddiy zararni inobatga oldi. Shu bilan birga, sud raqamli muhitda to’xtatish chorasi sifatida NFTlarni sotish va namoyish etishni to’xtatuvchi raqamli muhitda taqiqlovchi qarori qabul qilindi.

Iqtiboslar /Сноски/References:

1. Батурин Ю.М., Полушинская С.В. Реальный мир как дополнение метавселенной (грядущие трансформации права) // Государство и право. - 2023. - No 11. - С. 155-169. <https://rjpbpr.com/1026-9452/article/view/648825>
2. Емельянов Д.С. Незаменяемые токены (НФТ) как самостоятельный объект правового регулирования / Д.С. Емельянов, И.С. Емельянов // Имущественные отношения в Российской Федерации. - 2021. - No 10 (241). - С. 71-76. <https://cyberleninka.ru/article/n/невозмозаменяемые-токены-nft-как-самостоятельный-объект-правового-регулирования>
3. Понкин И.В. Кибер-мета-вселенная: правовой взгляд // International Journal of Open Information Technologies. - 2023. - Т. 11. - No 1. - С. 119. <https://cyberleninka.ru/article/n/kiber-meta-vsennaya-pravovoy-vzglyad>

Hermes International et al v. Rothschild, No. 1:2022cv00384 - Document 140 (S.D.N.Y. 2023). https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/new-york/nysdce/1:2022cv00384/573363/140/?utm_source=chatgpt.com

4. Nike, Inc. v. Stockx LLC, No. 1:2022cv00983 - Document 338 (S.D.N.Y. 2025). https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/new-york/nysdce/1:2022cv00983/574411/338/?utm_source=chatgpt.com. Nike, Inc. v. Stockx LLC (1:22-cv-00983)

5. District Court, S.D. New York. https://www.courtlistener.com/docket/62654048/nike-inc-v-stockx-llc/?utm_source=chatgpt.com

6. Jeanne Boyd. Journal of Technology and Intellectual Property. April 19, 2023. Nike v. StockX: Applying Intellectual Property Law to NFTs. <https://jtip.law.northwestern.edu/2023/04/19/nike-v-stockx-applying-intellectual-property-law-to-nfts/>

7. Albert Agustinoy. Eric Wagner. Digital Regulations in the Metaverse Era Europe. IBA Metaverse Study – EUROPE. <https://www.ibanet.org/document?id=Metaverse-project-Europe>

8. China Releases Three-Year Action Plan for Metaverse Industry Development. Three-Year Action Plan for the Industrial Innovation and Development of the Metaverse (2023-2025). https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202309/content_6903023.htm.

9. South Korea's Science Ministry unveils metaverse strategy, ethical principles for industry operators // <https://www.coingeek.com/south-korea-science-ministry-unveils-metaverse-strategy-ethical-principles-for-industry-operators/>

10. Yuga Labs, Inc. v. Ripps, Case No.2:22-cv-04355-JFW-C.D. Cal. (2024). <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/california/cacdce/2%3A2022cv04355/855658/452/>.

11. <https://www.courtlistener.com/docket/63458882/yuga-labs-inc-v-rippls/>

12. A virtual Gucci bag sold for more money on roblox than the actual bag <https://hypebeast.com/2021/5/virtual-gucci-bag-roblox-resale>.

YURIST AXBOROTNOMASI

6-SON, 8-JILD

ВЕСТНИК ЮРИСТА

НОМЕР 6, ВЫПУСК 8

LAWYER HERALD

VOLUME 8, ISSUE 6

ISSN 2181-9416

DOI JURNAL: 10.26739/2181-9416